

Trabajo de grado

Plan de empresa

Divino Regalo



Sindy Liliana Guerrero Rodriguez

FUCS

Tutor: German E. Rodríguez M

Tabla de contenido

Empresa Divina Regalo	¡Error! Marcador no definido.
1. Idea Inicial	5
1.1. Modelo Canvas.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1.1. Asociados Clave.....	8
1.1.2 Actividades clave	10
1.1.2. Propuesta de valor.....	13
1.1.3. Relación con los clientes.....	13
1.1.4. Segmento de clientes.....	16
1.1.5. Canales	16
1.1.6. Costos.....	18
Insumo.....	24
Valor adición x porción	24
1.1.7. Vía de ingreso	26
2. Definición Pmv (Producto Mínimo Viable)	26
2.1. Descripción del proceso del producto o servicio	26
2.2. Tecnología requerida	30
2.2.1. Equipos y utensilios	30
2.3. Plan de producción	32
2.3.1. Especificaciones del producto.....	37
2.3.2Insumos	41
2.3.3Proveedores	42
2.3.4. Servicios sustitutos.....	43
2.3.5. Competencia	45



FUCS

2.3.6. Análisis de la competencia.....	48
2.3.7. Canales de distribución o comercialización.....	52
2.3.8. Plan de ventas	54
3. Direccionamiento Estratégico	60
3.1. Valor	60
3.2 Misión	60
3.3. Visión	60
3.4. Tipo de empresa	60
Conclusiones	64



FUCS

Figura 1: Modelo de Divino Regalo ¡Error! Marcador no definido.

Tabla 2 : Insumos en cantidades	18
Tabla 3: Costo sándwich de jamón	19
Tabla 4:Costo sándwich de pollo.....	20
Tabla 5: Costo de Jugo de naranja	20
Tabla 6: Costo Fruta Picada.....	21
Tabla 7: Costo yogurt con cereal	21
Tabla 8: Costo Decoración 1.....	21
Tabla 9: Costo Snack	21
Tabla 10: Costo Mug	22
Tabla 11: Costo decoración 2	22
Tabla 12: Costo Snack 2	22
Tabla 13: Costo detalle	23
Tabla 14: Costo por desayuno.....	23
Tabla 15: Costo de Detalle y envío.....	23
Tabla 16: Valor adición insumos	24
Tabla 17: Mano de Obra	25
Tabla 18: Gastos administrativos.....	25
Tabla 19:Gastos mensuales.....	25
Tabla 20: Excedentes de la operación.....	26
Tabla 22: Formulario de Pedidos	28
Tabla 23:Equipos y utensilios	30
Tabla 24: Plan de Producción mensual	32
Tabla 25: Mano de obra	33
Tabla 26: Insumos.....	34
Tabla 27:Ficha técnica desayuno económico	37
Tabla 28: Ficha técnica desayuno estándar.....	38
Tabla 29: Ficha técnica onces sorpresa.....	38
Tabla 30: Caducidad de Insumos.....	40
Tabla 31: Opciones de menú.....	40
Tabla 32: Insumos.....	41



FUCS

Tabla 33: Proveedores.....	42
Tabla 34: Comparación competencia 1.....	49
Tabla 35: Comparación Competencia 2.....	50
Tabla 36: Comparación Competencia 3.....	50
Tabla 37: Presupuesto de arranque	55
Tabla 38: Ventas en porcentaje.....	55
Tabla 39: Utilidad	55
Tabla 40: Estimado en ventas	56
Tabla 41: Proyección Gastos Mensuales	57
Tabla 42: Punto de Equilibrio	58

1. Idea Inicial

En la actualidad la sociedad vive un constante afán por cumplir con diversos compromisos familiares, laborales y profesionales, estas restan tiempo disponible para buscar detalles con el fin de celebrar diferentes ocasiones especiales. Existen diversas opciones en el mercado que buscan satisfacer esta necesidad y, en la mayoría de los casos, resultan ser bastante costosas con detalles que se alejan de lo que busca el cliente o que son limitados en su contenido. Es en este punto que el cliente debe adaptarse a lo que ofrecen las empresas generando una insatisfacción al no encontrar lo esperado.

De esta manera nace la idea de crear **Divino Regalo**, cuyo nombre hace referencia a la búsqueda por sobresalir con cualidades (Divino) y la muestra de afecto que se realiza a través de un detalle (Regalo). Es una empresa del sector de servicios dedicada a la entrega de desayunos y onces sorpresa con la que se busca brindar precios más asequibles, ofreciendo además un servicio personalizado, buscando adaptarse a las necesidades del cliente, con alto nivel de calidad y cumplimiento.

La mayor motivación al estudiar Administración de Empresas siempre es emprender un negocio, es por esto que Divino Regalo es una idea de negocio que tiene el potencial de proyectarse a un futuro promisorio. Se pretende que a mediano plazo, Divino Regalo crezca en área de influencia geográfica inicial, siendo así una organización pionera y altamente eficiente en el área de las comidas y detalles sorpresa.



FUCS

Tabla 1. MODELO CANVAS DIVINO REGALO		Diseñado por: Sindy Guerrero		
Asociados Clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
Proveedores de empaques. Proveedores de alimentos. Proveedores de cartón reciclable. Productores de alimentos frescos tales como: verduras y frutas. Proveedores de snacks y confitería. Proveedores de decoración. Domiciliario tales como Rappi entrega. Nuestros Asociados son de suma importancia para el momento de alistamiento ya que es un factor diferenciador de nuestra marca y con el aporte de ellos	Pasos importantes con el fin de brindar un producto final deseado. Recepción electrónica o física de la orden. Protección y alistamiento. Entrega de pedido. Servicio Post- venta.	Desayunos y onces sorpresa diseñados con productos de primera calidad, personalizables con empaques llamativos e innovadores, con precios razonables. Logrando así una mayor cercanía con clientes y una mayor satisfacción de sus expectativas. Y así mismo podremos medir nuestro índice de fidelización para medir la lealtad de nuestros clientes y sus futuras compras.	A través de: redes sociales, whatsapp y celular, punto de venta físico correo electrónico.	Personas afectuosas, detallistas y originales que busquen obsequios o sorpresas personalizables, con entrega a domicilio. Principalmente Ubicados en Bogotá y en las localidades de Puente Aranda, Mártires, Bosa, Fontibón. Tunjuelito y Teusaquillo. Deben ser mayores de edad con capacidad de pago en efectivo.

nuestro producto saldrá a la perfección.				
Recursos claves		Canales		
Alimentos e insumos de primera calidad, resaltaremos que todos los alimentos de nuestros desayunos son frescos, comprados y preparados bajo estrictas normas de calidad. Con Materiales de empaque atractivo y personalizado para toda ocasión.		El canal utilizado será el canal productor-consumidor donde el producto se vende directamente del sitio de elaboración al consumidor por medio de un flujo de información generado a través de Redes sociales y punto fijo de venta tales como: Instagram ®, Facebook ®, WhatsApp t y similares, Línea telefónica, Tienda física, Promoción por medio de publicidad impresa, flyers. En cuanto a la distribución física los desayunos se entregan en manos del consumidor final haciendo uso del servicio de entrega a domicilio.		
Costes fijos: Nómina, uso de propiedad horizontal: mantenimiento, servicios públicos. Variables: Insumos, material primal, transporte, publicidad, canales y ventas las cuales son recaudadas por medio de nuestros métodos de pago electrónicos.		Recaudo de las ventas de portafolio de regalos. Se conforman de transacciones bancarias o por Efecty o Baloto realizadas por los clientes y que son recaudadas para continuar- proceso de compra, o pago en efectivo en tienda física.		

Fuente: Elaboración propia con base en Osterwalder & Pigneur (2010)

1.1.1. Asociados Clave

En Divino Regalo las asociaciones claves corresponden a las alianzas que se tienen con otras empresas y personas, la mayor parte como proveedores de bienes y servicios. Se cuenta con dos grupos de proveedores: el primer grupo, todos aquellos que suministran las decoraciones y papelería, el otro grupo, que corresponde a las distribuciones de alimentos y que tiene cierto carácter de ocasionalidad. Se tiene, de forma concisa, lo siguiente.

Decoraciones y papelería

- Gasparín

Es clave para Divino Regalo contar con este asociado pues es el que suministra la confitería a precios bajos, además de ello maneja un crédito especial a los clientes antiguos, por esto es importante para el proyecto contar con esta empresa.

- Distribuidora Plinios

Esta compañía es una de las mejores en el mercado de minoristas por sus precios asequibles además que esta empresa importa mercancía de muy buena calidad y siempre marcan tendencia en el mercado de los detalles tales como peluches de marca especial, decoración artesanal para desayunos y detalles sorpresa en general.

- Distribuidora Big

Esta distribuidora maneja todo lo relacionado con papelería y línea de peluche. Es considerada una de las mejores por sus precios y se destaca por su oferta de pequeños créditos para clientes antiguos y sin intereses.

- **Empaques & empaques**

Esta empresa es fundamental para Divino Regalo pues es quien suministra todo lo relacionado con empaques de diseños diferentes e innovadores, su mercancía está dirigida a todo tipo de clientes y esto la hace ser la mejor en su rama además que manejan precios económicos, lo que lo hace un asociado clave y rentable.

- **Plásticos Manuelita**

Esta empresa provee todo lo necesario para el empaque de los alimentos que van en los detalles sorpresa, además es eco amigable pues si el cliente lo desea puede cambiar sus empaques de plástico por cartón para conservar los alimentos y el precio es muy similar, esto ayuda para que Divino Regalo sea una compañía eco amigable para el planeta.

- **Servicios de entrega a domicilio**

Similares a Rappi este tipo de aliado es de suma importancia pues este servicio es clave para que los detalles sorpresa lleguen a tiempo. Se elige inicialmente la compañía Rappi pues tiene buen posicionamiento en el mercado por su amplia flota de Rappitenderos, además es una empresa comercialmente conocida para este oficio, puesto que, es una compañía reconocida por las entregas más rápidas y esto es importante porque el producto debe llegar en un tiempo adecuado por el manejo de alimentos que es perecedero.

Alimentos

- Plazas de mercado Corabastos y Paloquemao

Estas plazas de mercado son importantes para la creación de los productos pues manejan precios muy económicos a diferencia de los fruver de barrio y que, en la mayoría de ocasiones, ofrecen productos mucho más frescos, lo que hace que se elija a Divino regalo para brindar una calidad a los clientes en los alimentos.

- Almacenes de *hard discount*

Se cuentan dentro de estas cadenas como D1, Ara y Justo & Bueno. Estos supermercados son aliados clave, aunque no tienen alguna relación directa con el proyecto puesto que son escogidos de preferencia por su comodidad en precios en comparación con otras grandes marcas o, incluso, con tiendas de barrio.

- Candies & Cookies

Este proveedor es aliado especial para los detalles ya que provee algunos snacks tales como brownies, chocolates y galletas. Es, además, el que maneja productos sin azúcar y especiales para dietas estrictas, lo que lo hace un aliado especial e importante para el proceso.

1.1.2 Actividades clave

Las actividades claves identificadas en Divino Regalo corresponden a los pasos más importantes y en los que se basa la acción para brindar un producto final deseado y que supere

las expectativas de los clientes para, así, conquistar mercados y generar relaciones de confianza a largo plazo con el consecuente incremento de ingresos y excedentes.

En síntesis, si el comprador siente que lo que recibe a cambio por lo que paga es suficientemente bueno, comprará y recomendará a otros para futuras compras. Es importante resaltar que, dentro de la cadena de valor, se da la opción a la persona que recibe el detalle, de calificar mediante encuesta el producto, pues es altamente probable que difieran pagador/pagador y consumidor. Esto significa que tener dos fuentes de mejoramiento y de feedback pues, cuando suceda, las dos personas, tienen oportunidad de emitir sugerencias para mejorar el producto, creando así lazos para futuras compras. La encuesta hará saber sus sugerencias, y así en su próxima compra tendrá el 15% de descuento, afianzando el producto y generando confianza al cliente.

- **Recepción de ordenes**

Este paso se realiza por medio de las redes sociales y punto físico en el que Divino Regalo hace presencia. En estas se estará al tanto para recibir la información que el cliente indique y entender de la mejor forma cuál necesidad es la que se debe suplir. Es por ello que se cuenta con personal calificado que recibirá la orden correctamente para que los siguientes pasos sean exitosos.

- **Producción y alistamiento**

Dentro de esta actividad se prepara, empacan y alistan los requerimientos por cliente, siendo una actividad de principal importancia, pues los productos deben ser despachados de acuerdo a los requerimientos del cliente, con un alto nivel de calidad y detalle, por esto los

asociados clave son de vital importancia en este proceso que viene siendo una de las más importantes y es aquí donde los materiales y diseños de decoración de los proveedores se vuelven protagonistas para dar la aprobación final a los detalles que son empacados y alistados con mucho amor. De acuerdo con los tiempos estipulados se asegurará que el producto salga de producción en perfectas condiciones y óptimo para su consumo.

- **Entrega de pedido**

Esta actividad se realiza bajo conceptos de eficiencia y oportunidad haciendo a Divino Regalo el mejor aliado clave para sus clientes. Para ello, el servicio de entrega domiciliaria se hace de suma importancia, pues aquí se tiene un contacto importante con el consumidor que recibió el detalle sorpresa apartado por nuestro comprador, así mismo se debe garantizar el tiempo de entrega para cada cliente a su vez que se deben minimizar los costos logísticos para la empresa.

- **Servicio Postventa**

Se sabe que un cliente feliz puede traer otros clientes a través de la voz a voz, redes sociales y medios de comunicación, a la vez que uno inconforme puede perjudicar la reputación de la empresa. Por tal motivo el servicio postventa permitirá contactar tanto al consumidor como al comprador inicial para conocer su experiencia, mejorar, repetir los aciertos y corregir los fallos. Con este se logra ofrecer el mejor servicio al cliente.

Para cumplir el objetivo, se buscará por medio de correos y mensajes en las redes sociales, sujeto a ley de protección de datos personales, involucrar a estos dos estamentos para próximas compras por medio de descuentos y promociones que se le mantendrá informado para que no sea

un cliente ocasional sino frecuente. En este sentido, el consumidor, en caso de que sea diferente del comprador, tiene potencial de convertirse en cliente ya sea por medio de este contacto o por medio de la publicidad discreta que le es entregada con el regalo.

1.1.2. Propuesta de valor

En Divino Regalo se busca brindar productos de primera calidad, que serán entregados como regalo sorpresa a domicilio para una persona especial para el cliente, en una ocasión inolvidable, con la posibilidad de personalización de los mismos.

De acuerdo con los gustos y las necesidades del cliente (puede ser infantil, tipo picnic, romántico o fechas especiales) se ofrece una serie de menús personalizables a precios razonables y justos, en comparación con la competencia más cercana. El valor de la compañía está basado en minimizar los problemas de los clientes compradores, ya que la idea es que éste se involucre con su compra y con lo que recibirá el consumidor final, lo que es importante pues es quien consumirá los productos. En este caso el comprador podrá intervenir en el detalle dando opiniones y haciendo cambios del producto con esto se está generando un contacto más íntimo con el mismo.

1.1.3. Relación con los clientes

Para Divino Regalo lo más importante es la satisfacción presente y futura de los clientes. Para esto se ha definido una serie de canales que garantizarán la correcta comunicación haciendo la experiencia de compra más agradable.

- **Redes sociales**

Se usará Facebook ® e Instagram ® para la promoción de los productos, teniendo un canal de fácil acceso para los clientes potenciales y garantizando una amplia distribución de la publicidad a un menor costo.

- **Mensajería instantánea (WhatsApp) y llamadas vía teléfono celular**

Serán los medios de comunicación con el cliente una vez se haga el primer contacto en el cual se informarán los precios, tiempos de entrega, coberturas y demás.

- **Punto de venta físico**

En el punto de venta el cliente podrá conocer de primera mano los productos ofrecidos y obtendrá una atención más directa y personalizada.

- **Otros**

Los clientes recibirán ofertas en fechas especiales a través de su correo electrónico de igual manera periódicamente se enviará encuestas por este mismo medio con el fin de tener una mejor comunicación postventa con el cliente, fomentando la retroalimentación, todo esto se hará sujeto a ley de protección de datos.

Otro factor importante a tener en cuenta en la relación con los clientes se identifica en la fidelización a fin de saber su comportamiento de compras y su naturaleza desde el hábito, ocasional o frecuente. Se analizará con el Net Promoter Score (NPS), definido como un indicador clave de rendimiento y fidelización, con el cual se hace posible medir la lealtad de un

cliente, pronosticando a la vez su comportamiento cuando realiza una acción determinada, analizado según Increnta (2019):

- i) **Se preguntará a los últimos clientes si recomendarían el producto ofrecido por Divino Regalo a algún amigo o familiar.** Los clientes deberán puntuarlo de 0 a 10.
- ii) **Se dividirá la lista de clientes preguntados en 3 grupos**
 - **Promotores (puntuación 9 o 10):** Son clientes completamente satisfechos y muy leales a la marca. Se pueden considerar embajadores de la empresa.
 - **Pasivos (puntuación de 7-8).** Clientes satisfechos, pero no entusiasmados. Aquí se corre el riesgo de que puedan quedarse con la competencia.
 - **Detractores (puntuación 0-6).** Clientes insatisfechos, este sería un auténtico peligro para la compañía, ya que pueden dañar la imagen, a través de canales tales como las redes sociales, esto podría originar una crisis de reputación *online* sin precedentes, o simplemente plasmar su descontento a muchas personas por medio de la voz a voz.
 - **Calcular el NPS.** Para realizar esta acción, es necesario restar al porcentaje de clientes promotores, los detractores. El resultado es un puntaje que oscila entre el -100 y 100. Si el resultado es positivo se considera un **nivel de lealtad y fidelidad** bastante aceptable, y si supera los 50 puntos, roza la excelencia.

1.1.4. Segmento de clientes

Teniendo en cuenta que la filosofía de Divino Regalo es brindar los mejores precios para llegar a la mayor cantidad de usuarios, se define el segmento de mercado con las siguientes características:

- Personas principalmente ubicadas en Bogotá, en las localidades de Kennedy, Puente Aranda, Mártires, Bosa, Fontibón, Tunjuelito y Teusaquillo.
- Personas adolescentes y mayores de edad,
- Con capacidad de pago en efectivo.

Concordante con la presentado en aparte previo, este segmento se considera grupo de inicio pues, de un lado, se tiene capacidad para atender otras localidades, con tiempos y costos diferenciales, y, de otro, se planea ampliar cobertura geográfica en el mediano plazo.

1.1.5. Canales

Los principales canales de venta para Divino Regalo son las redes sociales debido al tipo de producto que se ofrece, la facilidad y costo que tienen las mismas como medio de mercadeo y ventas. De esta manera se usaran las siguientes redes sociales:

Instagram

Teniendo en cuenta el principal uso de esta red social, la estrategia de promoción y ventas estará basada en subir imágenes de los productos que se ofrecen; de igual manera se subirá videos y fotos de clientes satisfechos. Se podrán recibir pedidos a través de Mensajes Directos (DM) dentro de esta red social. Finalmente se establecerá una pauta mensual acorde con el segmento de mercado previamente establecido.

Facebook

Se usará una estrategia con contenido diverso (infografías, datos curiosos sobre fechas especiales, historia de la compañía, videos de la producción, etc.); la estrategia de promoción y ventas estará basada en que el cliente se familiarice con la empresa y con la marca, la siga y la comparta. Se podrán recibir pedidos a través de Messenger. Para esta red social también se establecerá una pauta mensual de acuerdo con el segmento de mercado previamente establecido.

Complementario a tales redes se disponen de otros canales, como:

WhatsApp

Se utilizará esta herramienta para empresa, con el fin de brindar datos de Divino Regalo como redes sociales y ubicación, a través de WhatsApp se espera recibir la mayor parte de los pedidos pues será el medio virtual más directo con el cliente.

Línea telefónica

Se habilitará para aquellos clientes que no usan WhatsApp o prefieren una atención más personalizada.

Tienda física

Será el canal para aquellos usuarios que no hacen uso del internet ni de las redes sociales. La tienda física también permitirá tener un punto de atención al usuario y una vitrina de ventas para usuarios fuera de las redes sociales funcionando como un complemento a la estrategia virtual.

Entrega y despachos

Para los tiempos de entrega se cuenta con las empresas de entregas a domicilio (Rappi y similares) las cuales trabajarán al destajo, pues la distribución se hará por este medio.

Adicionalmente, se podrá asignar empleados propios que cuenten con la disponibilidad de tiempo para mayor eficiencia en la entrega.

Promoción por medio de publicidad impresa

Este canal se utilizará como herramienta publicitaria por medio de volantes o flyers muy llamativos con imágenes y una información precisa de la marca Divino Regalo. También se usará como atractivo en descuentos y de esta manera tendrá contacto directo con un cliente potencial para hablarle de nuestro producto y si presenta el volante en el momento de la entrega tendrá descuentos especiales.

1.1.6. Costos

○ Costos de insumos

Costos Variables

Los productos a ofrecer son combos de desayunos y detalles para ocasiones especiales y en esta medida los costos variables se componen de cada uno de los elementos que irían para cada combo de desayuno, a continuación, se relacionan los costos para cada elemento desglosados:

Tabla 1 : Insumos en cantidades

Insumo	Cantidad a Utilizar	Unidad de Medida	Costo Unidad	Costo Total
Pan Tajado	2	Tajada	\$ 75	\$ 150
Jamón	1	Tajada	\$ 200	\$ 200
Queso	1	Tajada	\$ 250	\$ 250
Lechuga	20	Gramos	\$ 5	\$ 100
Tomate	37	Gramos	\$ 5	\$ 200



FUCS

Bandeja De Icopor Con Papel Vinipel	1	Unidad	\$ 200	\$ 200
Pan Árabe	1	Unidad	\$ 750	\$ 750
Salsa Showy	33	Gramos	\$ 11	\$ 350
Pollo	150	Gramos	\$ 12	\$ 1.800
Naranja	250	Gramos	\$ 3	\$ 750
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad	\$ 300	\$ 300
Yogurt	250	Mililitros	\$ 5	\$ 1.200
Cereal	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Kiwi	125	Gramos	\$ 4	\$ 450
Melón	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Fresa	125	Gramos	\$ 4	\$ 500
Recipiente En Acetato	1	Unidad	\$ 500	\$ 500
Caja De Cartón Mediana	1	Unidad	\$ 3.350	\$ 3.350
Globo Pequeño Metalizado	1	Unidad	\$ 1.500	\$ 1.500
Caja De Cartón Grande	1	Unidad	\$ 4.350	\$ 4.350
Globo Grande Metalizado	1	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000
Chocolates	2	Unidad	\$ 100	\$ 200
Barquillos	2	Unidad	\$ 350	\$ 700
Golosinas Variadas	7	Unidad	\$ 25	\$ 175
Mug Con Chocolate O Peluche	1	Unidad	\$ 5.200	\$ 5.200
Bandeja De Madera	1	Unidad	\$ 6.250	\$ 6.250
Globo En Helio	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Mantel De Tela	1	Unidad	\$ 1.250	\$ 1.250
Galleta Tosh	1	Unidad	\$ 650	\$ 650
Suculenta O Cactus	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Costo sándwich de jamón



FUCS

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Pan tajado	2	Tajada	\$ 75	\$ 150
Jamón	1	Tajada	\$ 200	\$ 200
Queso	1	Tajada	\$ 250	\$ 250
Lechuga	20	Gramos	\$ 5	\$ 100
Tomate	37	Gramos	\$ 5	\$ 200
Bandeja de icopor con papel vinipel	1	Unidad	\$ 200	\$ 200
				\$ 1.100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3:Costo sándwich de pollo

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Pan árabe	1	Unidad	\$ 750	\$ 750
Jamón tajado	1	Tajada	\$ 200	\$ 200
Queso tajado	1	Tajada	\$ 250	\$ 250
Lechuga	20	Gramos	\$ 5	\$ 100
Salsa showy	33	Gramos	\$ 11	\$ 350
Pollo	150	Gramos	\$ 12	\$ 1.800
Bandeja de icopor con papel vinipel	1	Unidad	\$ 200	\$ 200
				\$ 3.650

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Costo de Jugo de naranja

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Naranja	250	Gramos	\$ 3	\$ 750
Vaso con tapa 12 onz	1	Unidad	\$ 300	\$ 300
				\$ 1.050

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Costo Fruta Picada

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Yogurt	250	Mililitros	\$ 5	\$ 1.200
Cereal	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Vaso con tapa 12 onz	1	Unidad	\$ 300	\$ 300
				\$ 1.750

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Costo yogurt con cereal

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Kiwi	125	Gramos	\$ 4	\$ 450
Melón	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Fresa	125	Gramos	\$ 4	\$ 500
Recipiente en acetato	1	Unidad	\$ 500	\$ 500
				\$ 1.700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Costo Decoración 1

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Caja de cartón mediana	1	Unidad	\$ 3.350	\$ 3.350
Globo pequeño metalizado	1	Unidad	\$ 1.500	\$ 1.500
				\$ 4.850

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8: Costo Snack



FUCS

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Chocolates	2	Unidad	\$ 100	\$ 200
Barquillos	2	Unidad	\$ 350	\$ 700
Golosinas variadas	7	Unidad	\$ 25	\$ 175
				\$ 1.075

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Costo Mug

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Mug con chocolates o peluche	1	Unidad	5200	\$ 5.200
				\$ 5.200

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Costo decoración 2

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Bandeja de madera	1	Unidad	\$ 6.250	\$ 6.250
Globo en helio	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Mantel de tela	1	Unidad	\$ 1.250	\$ 1.250
				\$ 12.500

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Costo Snack 2

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Chocolates	2	Unidad	\$ 100	\$ 200
Barquillos	2	Unidad	\$ 350	\$ 700
Galleta tosh	1	Unidad	\$ 650	\$ 650
Golosinas variadas	7	Unidad	\$ 25	\$ 175
				\$ 1.550

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Costo detalle

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Mug con chocolate o peluche	1	Unidad	\$ 5.200	\$ 5.200
Suculenta o cactus	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
				\$ 10.200

Fuente: Elaboración propia

De igual manera se relacionan los costos por combo teniendo en cuenta los ítems previamente señalados:

Tabla 13: Costo por desayuno

	Ítem 1	Costo Ítem	Ítem 2	Costo Ítem	Ítem	Costo Ítem	Ítem	Costo Ítem	Ítem 5	Costo Ítem	Ítem 6	Costo	Ítem 7	Costo	Costo
Detalle 1	Sándwich	\$ 1.100	Jugo de	\$ 1.050	Cereal	\$ 1.750	Fruta	\$ 1.700	Decoración	\$ 4.850	Snacks 1	\$ 1.075	S	\$	\$ 11.525
Detalle 2	Sándwich	\$ 3.650	Jugo de	\$ 1.050	Cereal	\$ 1.750	Fruta	\$ 1.700	Decoración	\$ 7.350	Snacks 1	\$ 1.075	Muz	\$ 5.200	\$ 16.575
Detalle 3	Sándwich	\$ 3.650	Jugo de	\$ 1.050	Cereal	\$ 1.750	Fruta	\$ 1.700	Decoración	\$ 12.500	Snacks	\$	Detalle	\$ 10.200	\$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Costo de Detalle y envío

	Costo Total Insumos	Costo De Entrega	Costo Total
Detalle 1	\$ 11.525	\$ 6.500	\$ 18.025
Detalle 2	\$ 16.575	\$ 6.500	\$ 23.075
Detalle 3	\$ 22.200	\$ 6.500	\$ 28.700

Fuente: Elaboración propia

El producto es personalizable. Sin embargo, en los alimentos el cliente debe tener en cuenta que los ingredientes pueden estar sujetos a cambios, si no desea algún insumo o materia prima del mismo este se cobrará al precio inicial sin que afecte la venta; por lo contrario, si el comprador desea adicionar algún producto se le dará los siguientes precios:

Tabla 15: Valor adición insumos

F

Insumo	Valor adición x porción
Jamón	\$800
Queso	\$1000
Lechuga	\$300
Tomate	\$500
Pollo	\$3000
Fruta	\$1000
Golosinas	\$1500
Chocolates	\$2500
Barquillos	\$2000
Yogurt	\$1500
Cereal	\$1000
Jugo naranja	\$2000
Sándwich jamón	\$3000
Sándwich pollo	\$6000
Yogurt con cereal	\$2500
Fruta picada	\$3500

Costos Fijos

- Punto de venta
- Recursos



A continuación, se relacionan los costos fijos de la operación:

Tabla 16: Mano de Obra

Gastos De Mano De Obra			
Gastos En Personal	Cantidad Personal	De Precio Unitario	Gastos Mensuales
Encargada De Ventas	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Operario Producción	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Total de Gastos Por Mes			\$ 2.400.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Gastos administrativos

Gastos Administrativos Mensuales	
Arriendo Servicios Incluidos	\$ 400.000
Contador	\$ 500.000
Plan De Celular	\$ 67.000
Total de Gastos	\$ 967.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18: Gastos mensuales

Total Gastos Mensuales	
Nómina	\$ 2.400.000

Pauta digital	\$ 300.000
Gastos administrativos	\$ 967.000
Total De Gastos	\$ 3.667.000

Fuente: Elaboración propia

1.1.7. Vía de ingreso

La vía de ingreso que tiene Divino Regalo es la que genera a raíz de sus ventas. Teniendo en cuenta la diferencia de precios entre cada uno de los detalles se construyó un estimado de ventas por cada uno de ellos. A continuación, se relaciona una matriz de costos – precio – utilidad y estimados de venta por detalle

Tabla 19: Excedentes de la operación

	Costo Total Insumos	Costo Entrega	Costo Total	Precio De Venta	Utilidad	% De Utilidad	% Ventas Estimadas
Detalle 1	\$ 11.525	\$ 6.500	\$ 18.025	\$ 45.000	\$ 26.975	60%	60%
Detalle 2	\$ 16.575	\$ 6.500	\$ 23.075	\$ 58.000	\$ 34.925	60%	30%
Detalle 3	\$ 22.200	\$ 6.500	\$ 28.700	\$ 72.000	\$ 43.300	60%	10%

Fuente: Elaboración propia

2. Definición Producto Mínimo Viable (PMV)

2.1.Descripción del proceso del producto o servicio

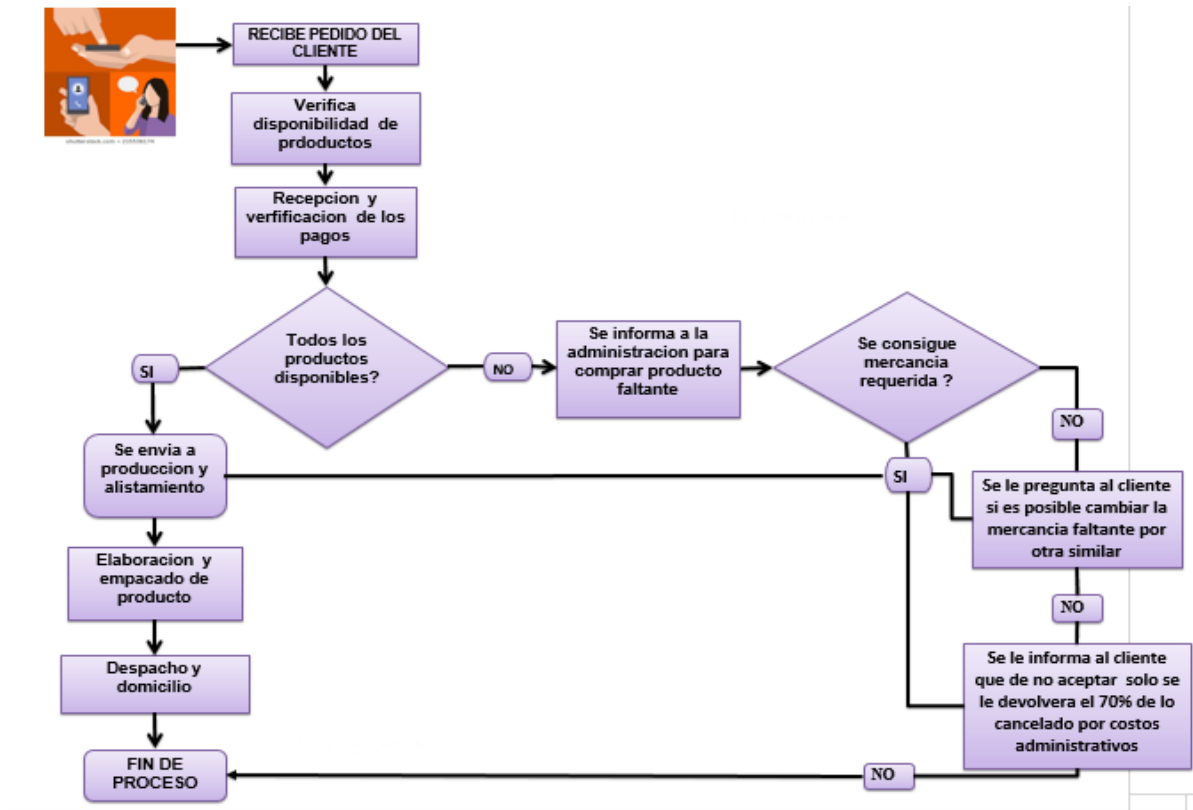
La descripción del producto de la empresa está dada por un paso a paso que permite entregar el producto a satisfacción de lo que se espera.

1. Recepción del pedido: El cliente podrá hacer su pedido de manera virtual o en la tienda física, para cualquiera de los dos casos la persona encargada de tomar los pedidos deberá llenar un formato de pedido (relacionado más adelante) que será entregado a diario al área de producción.
2. Pago: Inicialmente se contara con tres métodos de pago, efectivo en tienda física, por transferencia electrónica a una cuenta del banco Davivienda ® o por transferencia electrónica Efecty ® o Paga todo ®, una vez se tenga el recibo en físico, correo electrónico o por WhatsApp ® se procede a oficializar la entrega según acuerdo con el cliente aquí se procede a confirmar la consignación o dicho pago.
3. Elaboración y empackado de producto: Una vez recibidos los pedidos el operario revisa el inventario de la mercancía y de los insumos del detalle, seguido de eso verifica en cocina los alimentos correspondientes y hace un pre-alistamiento revisando la orden de manera detallada para el día siguiente estar atento a los insumos que no son alimentos preparados o perecederos. Seguido de eso revisa las cajas de presentación a petición del cliente y la decoración. Al día siguiente se dispone a realizar la preparación de los desayunos según lo establecido con horarios correspondientes, dando prelación a los desayunos de las primeras horas del día, después de esto se procede al empackado y aquí es donde el empleado verifica a detalle como lo solicito el cliente para que quede a conformidad. Al estar listo el producto final se procede a confirmar el pedido contra la orden y decoración; una vez chequeados los pedidos uno por uno se procede a la entrega al repartidor.
4. Despacho y domicilio del detalle sorpresa: Finalmente cuando ya se encuentra el desayuno armado se procede al despacho con el repartidor; si algún cliente solicita una hora de

entrega especial o algún pedido se sale de la ruta y no se alcanza a entregar por el repartidor se realizará entrega a través de empresas de entregas tipo Rappi.

Flujo de procesos

Figura 2: Flujo de procesos



Fuente: Elaboración propia

Tabla 20: Formulario de Pedidos

<u>Divino Regalo</u>			
<u>Precio</u>			
\$ 50.000	<input type="text"/>	\$75.000	<input type="text"/>
\$85.000	<input type="text"/>		

\$ 65.000

\$80.000

Mayor

Bebida

café

jugo

otra

Comida

sándwich

granola

fruta

Detalle

Mug

peluche

flores

cerveza

otro

Adicionales

chocolates

trufas

barquillos

otro

Genero

masculino

femenina

Tipo de decoración

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Tecnología requerida

2.2.1. Equipos y utensilios

Como parte del proceso de crecimiento de la marca y en aras de optimizar los tiempos de elaboración de los productos, se eligieron los utensilios de manera que el proveedor final fuera tuvieran buenos precios y con excelente calidad, así garantizar la excelencia del producto final. Se tiene consciencia que al ser una empresa de alimentos y detalles se requiere maquinaria y equipo de cocina sin alto nivel de tecnología como se relaciona a continuación:

Tabla 21: Equipos y utensilios

ACTIVO	CANTIDAD	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2	PROVEEDOR 3	PROVEEDOR ELEGIDO
		HOME CENTER	ALKOSTO	FALABELLA	
Estufa	1	\$ 605,900	\$ 606,726	\$ 609,900	1
Nevera	1	\$ 765,900	\$ 765,900	\$ 1,036,900	1
Sartén de teflón	2	\$ 34,900	\$ 32,890	\$ 39,900	2
Chuchillo tipo chef	1	\$ 64,900	\$ 57,930	\$ 49,990	3
tabla plástica para picar	2	\$ 64,900	\$ 20,930	\$ 29,990	2
Jarra 2 lts	1	\$ 18,000	\$ 17,500	\$ 19,000	2
recipiente tipo ensaladera	2	\$ 79,500	\$ 82,500	\$ 79,990	3
exprimidor de Jugos	1	\$ 125,000	\$ 130,000	\$ 118,000	3
Mesones de trabajo	2	\$ 240,000	\$ 289,000	\$ 269,000	1
Canecas	2	\$ 13,900	\$ 32,130	\$ 27,993	1
celular Android	1	\$ 419,900	\$ 349,900	\$ 449,900	2
Portátil marca Dell	1	\$ 1.100.000	\$1.000.000	\$1.300.000	2
Silla ergonómica	1	\$60	\$75.000	\$110.000	1
Impresora Dell	1	\$350	\$ 320.000	\$280.000	3

Fuente: Elaboración propia

Después de revisar los proveedores y las respectivas cotizaciones, se busca que la decisión se centrara en que el proveedor elegido sea de excelente calidad y que a la vez su precio sea el más rentable para que la inversión sea la más favorable para el plan de empresa. Las cotizaciones elegidas se obtuvieron de las empresas Homecenter, Alkosto, y Falabella

La conclusión a la que se llegó es la siguiente:

- **Estufa:**

Se escoge el proveedor Homecenter ya que este tenía una garantía en durabilidad de 3 años superior a los otros proveedores.

- **Nevera:**

El proveedor elegido fue Homecenter debido a que este tenía el precio más favorable y el ahorro en comparación a los otros proveedores fue de un 35% aprox.

- **Sartén de teflón:**

El proveedor elegido fue Alkosto pues con este proveedor el ahorro fue de un 20% aprox.

- **Cuchillo tipo chef:**

Se escoge el proveedor Falabella pues con este el ahorro fue de 25% aprox.

- **Tabla plástica para alimentos:**

Se elige al proveedor Alkosto ya que el otro proveedor se subía hasta tres veces lo que costaba con este proveedor por lo tanto el ahorro fue de más del 200% aprox.

- **Canecas:**

Esta elección se hizo por calidad y marca del producto pues su durabilidad era superior a la de otros proveedores por eso se elige Homecenter.

- **Celular Android:**

El proveedor elegido fue Alkosto pues con esto se tuvo un ahorro de 30% aprox.

- **Portátil marca Dell:**

El proveedor elegido fue Alkosto por su precio y se ahorra hasta un 15% aprox.

- **Silla ergonómica:**

Se escogió el proveedor Homecenter y se obtuvo un ahorro de casi el 70%.

● **Impresora Dell:**

El proveedor elegido fue Falabella y se tuvo un ahorro de casi el 50% aprox.

Con esto se logró un ahorro aproximado de **\$ 750.000 pesos colombianos**.

2.3. Plan de producción

La demanda es calculada teniendo en cuenta que la información que se tiene de los clientes mes a mes como se evidencia en el plan de ventas es mensual, estimando que en el mes M1 se venderían 60 desayunos esa sería nuestra demanda inicial y mes a mes está teniendo un crecimiento aproximado de hasta de un 15,00%.

Al ser un producto de entrega diaria o por demanda, la producción se hará de acuerdo con los requerimientos por parte de los clientes, en este sentido el plan de producción estará atado al estimado en ventas mes a mes.

A continuación, se relaciona el plan de producción mensual por mes, de acuerdo con los estimados en ventas:

Tabla 22: Plan de Producción mensual

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Detalle 1	36	39	42	45	48	51	54	57	60	66	72	84
Detalle 2	18	19.5	21	22.5	24	25.5	27	28.5	30	33	36	42
Detalle 3	6	6.5	7	7.5	8	8.5	9	9.5	10	11	12	14
Total	60	65	70	75	80	85	90	95	100	110	120	140

Fuente: Elaboración propia

De igual manera se calculan las horas necesarias de acuerdo con la producción estimada. El operario de producción está contratado por contrato laboral tal cual se evidencia en los costos

FUCS

fijos en la nómina mensual, por lo cual debe cumplir con un máximo de 48 horas semanales; cabe aclarar que el tiempo que el operario no se encuentra en producción estará realizando labores de limpieza, alistamiento y administrativas:

Tabla 23: Mano de obra

	Horas hombre por unidad	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Detalle 1	0,4	14,4	15,6	16,8	18	19,2	20,4	21,6	22,8	24	26,4	28,8	33,6
Detalle 2	0,5	9	9,75	10,5	11,25	12	12,75	13,5	14,25	15	16,5	18	21
Detalle 3	0,7	4,2	4,55	4,9	5,25	5,6	5,95	6,3	6,65	7	7,7	8,4	9,8
Total		27,6	29,9	32,2	34,5	36,8	39,1	41,4	43,7	46	50,6	55,2	64,4

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se establece un plan de compras de acuerdo con los requerimientos por mes para cada uno de los insumos.

Tabla 24: Insumos

INSUMO	CANTIDA D A UTILIZAR	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO X UNIDA D	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
PAN TAJADO	2	TAJADA	\$ 75	\$ 5,400	\$ 5,850	\$ 6,300	\$ 6,750	\$ 7,200	\$ 7,650	\$ 8,100	\$ 8,550	\$ 9,000	\$ 9,900	\$ 10,800	\$ 12,600
JAMON	1	TAJADA	\$ 200	\$ 12,000	\$ 13,000	\$ 14,000	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,000	\$ 18,000	\$ 19,000	\$ 20,000	\$ 22,000	\$ 24,000	\$ 28,000
QUESO	1	TAJADA	\$ 250	\$ 15,000	\$ 16,250	\$ 17,500	\$ 18,750	\$ 20,000	\$ 21,250	\$ 22,500	\$ 23,750	\$ 25,000	\$ 27,500	\$ 30,000	\$ 35,000
LECHUGA	20	GRAMO S	\$ 5	\$ 6,000	\$ 6,500	\$ 7,000	\$ 7,500	\$ 8,000	\$ 8,500	\$ 9,000	\$ 9,500	\$ 10,000	\$ 11,000	\$ 12,000	\$ 14,000
TOMATE	37	GRAMO S	\$ 5	\$ 12,000	\$ 13,000	\$ 14,000	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,000	\$ 18,000	\$ 19,000	\$ 20,000	\$ 22,000	\$ 24,000	\$ 28,000
BANDEJA DE ICOPOR CON PAPEL VINIPEL	1	UNIDAD	\$ 200	\$ 12,000	\$ 13,000	\$ 14,000	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,000	\$ 18,000	\$ 19,000	\$ 20,000	\$ 22,000	\$ 24,000	\$ 28,000
PAN ARABE	1	UNIDAD	\$ 750	\$ 4,500	\$ 4,875	\$ 5,250	\$ 5,625	\$ 6,000	\$ 6,375	\$ 6,750	\$ 7,125	\$ 7,500	\$ 8,250	\$ 9,000	\$ 10,500
SALSA SHOWY	33	GRAMO S	\$ 11	\$ 2,100	\$ 2,275	\$ 2,450	\$ 2,625	\$ 2,800	\$ 2,975	\$ 3,150	\$ 3,325	\$ 3,500	\$ 3,850	\$ 4,200	\$ 4,900
POLLO	150	GRAMO S	\$ 12	\$ 10,800	\$ 11,700	\$ 12,600	\$ 13,500	\$ 14,400	\$ 15,300	\$ 16,200	\$ 17,100	\$ 18,000	\$ 19,800	\$ 21,600	\$ 25,200
NARANJA	250	GRAMO S	\$ 3	\$ 45,000	\$ 48,750	\$ 52,500	\$ 56,250	\$ 60,000	\$ 63,750	\$ 67,500	\$ 71,250	\$ 75,000	\$ 82,500	\$ 90,000	\$ 105,000
VASO CON TAPA 12 ONZ	1	UNIDAD	\$ 300	\$ 18,000	\$ 19,500	\$ 21,000	\$ 22,500	\$ 24,000	\$ 25,500	\$ 27,000	\$ 28,500	\$ 30,000	\$ 33,000	\$ 36,000	\$ 42,000



FUCS

YOGURT	250	MILILITROS	\$ 5	\$ 72,000	\$ 78,000	\$ 84,000	\$ 90,000	\$ 96,000	\$ 102,000	\$ 108,000	\$ 114,000	\$ 120,000	\$ 132,000	\$ 144,000	\$ 168,000
CEREAL	125	GRAMOS	\$ 2	\$ 15,000	\$ 16,250	\$ 17,500	\$ 18,750	\$ 20,000	\$ 21,250	\$ 22,500	\$ 23,750	\$ 25,000	\$ 27,500	\$ 30,000	\$ 35,000
KIWI	125	GRAMOS	\$ 4	\$ 27,000	\$ 29,250	\$ 31,500	\$ 33,750	\$ 36,000	\$ 38,250	\$ 40,500	\$ 42,750	\$ 45,000	\$ 49,500	\$ 54,000	\$ 63,000
MELON	125	GRAMOS	\$ 2	\$ 15,000	\$ 16,250	\$ 17,500	\$ 18,750	\$ 20,000	\$ 21,250	\$ 22,500	\$ 23,750	\$ 25,000	\$ 27,500	\$ 30,000	\$ 35,000
FRESA	125	GRAMOS	\$ 4	\$ 30,000	\$ 32,500	\$ 35,000	\$ 37,500	\$ 40,000	\$ 42,500	\$ 45,000	\$ 47,500	\$ 50,000	\$ 55,000	\$ 60,000	\$ 70,000
RECIPIENTE EN ACETATO	1	UNIDAD	\$ 500	\$ 30,000	\$ 32,500	\$ 35,000	\$ 37,500	\$ 40,000	\$ 42,500	\$ 45,000	\$ 47,500	\$ 50,000	\$ 55,000	\$ 60,000	\$ 70,000
CAJA DE CARTON MEDIANA	1	UNIDAD	\$ 3,350	\$ 120,600	\$ 130,650	\$ 140,700	\$ 150,750	\$ 160,800	\$ 170,850	\$ 180,900	\$ 190,950	\$ 201,000	\$ 221,100	\$ 241,200	\$ 281,400
GLOBO PEQUEÑO METALIZADO	1	UNIDAD	\$ 1,500	\$ 54,000	\$ 58,500	\$ 63,000	\$ 67,500	\$ 72,000	\$ 76,500	\$ 81,000	\$ 85,500	\$ 90,000	\$ 99,000	\$ 108,000	\$ 126,000
CAJA DE CARTON GRANDE	1	UNIDAD	\$ 4,350	\$ 78,300	\$ 84,825	\$ 91,350	\$ 97,875	\$ 104,400	\$ 110,925	\$ 117,450	\$ 123,975	\$ 130,500	\$ 143,550	\$ 156,600	\$ 182,700
GLOBO GRANDE METALIZADO	1	UNIDAD	\$ 3,000	\$ 54,000	\$ 58,500	\$ 63,000	\$ 67,500	\$ 72,000	\$ 76,500	\$ 81,000	\$ 85,500	\$ 90,000	\$ 99,000	\$ 108,000	\$ 126,000
CHOCOLATES	2	UNIDAD	\$ 100	\$ 12,000	\$ 13,000	\$ 14,000	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,000	\$ 18,000	\$ 19,000	\$ 20,000	\$ 22,000	\$ 24,000	\$ 28,000
BARQUILLOS	2	UNIDAD	\$ 350	\$ 42,000	\$ 45,500	\$ 49,000	\$ 52,500	\$ 56,000	\$ 59,500	\$ 63,000	\$ 66,500	\$ 70,000	\$ 77,000	\$ 84,000	\$ 98,000
GOLOSINAS VARIADAS	7	UNIDAD	\$ 25	\$ 10,500	\$ 11,375	\$ 12,250	\$ 13,125	\$ 14,000	\$ 14,875	\$ 15,750	\$ 16,625	\$ 17,500	\$ 19,250	\$ 21,000	\$ 24,500



FUCS

Mug con chocolate O Peluche	1	UNIDAD	5200	\$ 124,800	\$ 135,200	\$ 145,600	\$ 156,000	\$ 166,400	\$ 176,800	\$ 187,200	\$ 197,600	\$ 208,000	\$ 228,800	\$ 249,600	\$ 291,200
BANDEJA DE MADERA	1	UNIDAD	\$ 6,250	\$ 37,500	\$ 40,625	\$ 43,750	\$ 46,875	\$ 50,000	\$ 53,125	\$ 56,250	\$ 59,375	\$ 62,500	\$ 68,750	\$ 75,000	\$ 87,500
GLOBO EN HELIO	1	UNIDAD	\$ 5,000	\$ 30,000	\$ 32,500	\$ 35,000	\$ 37,500	\$ 40,000	\$ 42,500	\$ 45,000	\$ 47,500	\$ 50,000	\$ 55,000	\$ 60,000	\$ 70,000
MANTEL DE TELA	1	UNIDAD	\$ 1,250	\$ 7,500	\$ 8,125	\$ 8,750	\$ 9,375	\$ 10,000	\$ 10,625	\$ 11,250	\$ 11,875	\$ 12,500	\$ 13,750	\$ 15,000	\$ 17,500
GALLETA TOSH	1	UNIDAD	\$ 650	\$ 3,900	\$ 4,225	\$ 4,550	\$ 4,875	\$ 5,200	\$ 5,525	\$ 5,850	\$ 6,175	\$ 6,500	\$ 7,150	\$ 7,800	\$ 9,100
SUCULENTA O CAPTUS	1	UNIDAD	\$ 5,000	\$ 30,000	\$ 32,500	\$ 35,000	\$ 37,500	\$ 40,000	\$ 42,500	\$ 45,000	\$ 47,500	\$ 50,000	\$ 55,000	\$ 60,000	\$ 70,000

Fuente: Elaboración propia

2.3.1. Especificaciones del producto

Divino Regalo en principio establece tres variedades principales de menú para sus clientes, los cuales se detallan a continuación, estos menús se diseñan teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores, además se consideró el precio como variable fundamental en el momento de la decisión de compra, el cliente podrá decidir el contenido de su desayuno y precio según su necesidad desde \$45.000 pesos en adelante.

Ficha técnica del producto

Tabla 25: Ficha técnica desayuno económico

Detalle 1 - Desayuno Económico	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida
Pan Tajado	2	Tajada
Jamón	1	Tajada
Queso	1	Tajada
Lechuga	20	Gramos
Tomate	37	Gramos
Bandeja De Cartón Con Papel Vinipel	1	Unidad
Naranja	250	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Yogurt	250	Mililitros
Cereal	125	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Kiwi	125	Gramos
Melón	125	Gramos
Fresa	125	Gramos
Recipiente En Acetato	1	Unidad
Caja De Cartón Mediana	1	Unidad
Globo Pequeño Metalizado	1	Unidad
Chocolates	2	Unidad
Barquillos	2	Unidad
Golosinas Variadas	7	Unidad
Precio De Venta	\$48.000 Pesos	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Ficha técnica desayuno estándar

Detalle 2 - Desayuno Estándar	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida
Pan Árabe	1	Unidad
Jamón Tajado	1	Tajada
Queso Tajado	1	Tajada
Lechuga	20	Gramos
Salsa Showy	33	Gramos
Pollo	150	Gramos
Bandeja De Cartón Con Papel Vinipel	1	Unidad
Naranja	250	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Yogurt	250	Mililitros
Cereal	125	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Kiwi	125	Gramos
Melón	125	Gramos
Fresa	125	Gramos
Recipiente En Acetato	1	Unidad
Caja De Cartón Grande	1	Unidad
Globo Grande Metalizado	1	Unidad
Chocolates	2	Unidad
Barquillos	2	Unidad
Galleta Tosh	1	Unidad
Golosinas Variadas	7	Unidad
Mug Con Chocolate O Peluche	1	Unidad
Precio de Venta	58.000 pesos	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27: Ficha técnica onces sorpresa

Detalle 3 - Onces Sorpresa	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida
Pan Árabe	1	Unidad
Jamón Tajado	1	Tajada
Queso Tajado	1	Tajada

Lechuga	20	Gramos
Salsa Showy	33	Gramos
Pollo	150	Gramos
Bandeja De Cartón Con Papel Vinipel	1	Unidad
Naranja	250	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Yogurt	250	Mililitros
Granola	125	Gramos
Vaso Con Tapa 12 Onz	1	Unidad
Kiwi	125	Gramos
Melón	125	Gramos
Fresa	125	Gramos
Recipiente En Acetato	1	Unidad
Bandeja De Madera	1	Unidad
Globo En Helio	1	Unidad
Mantel De Tela	1	Unidad
Chocolates	2	Unidad
Barquillos	2	Unidad
Galleta Tosh	1	Unidad
Golosinas Variadas	7	Unidad
Mug Con Chocolate O Peluche	1	Unidad
Suculenta O Cactus	1	Unidad
Precio De Venta	72000 Pesos	

Fuente: Elaboración propia

Los alimentos incluidos dentro de los menús de Divino Regalo en todos los casos deben ser preparados el mismo día, para evitar su fermentación o descomposición y así evitar la

generación de líquidos que originen infecciones o intoxicaciones. Por norma, deben ser productos secos, sellados y recién preparados, para asegurar la óptima calidad del producto.

Tabla 28: Caducidad de Insumos

Producto	Caducidad	Refrigeración
Pan Tajado	Empacado De 6 A 8 Meses	No Se Necesita
Jamón	Empacado De 1 A 2 Meses	De 3 A 4 Meses
Queso	Empacado 1 Mes	De 2 A 3 Meses
Frutas Y Legumbres	Empacado De 7 A 15 Días	De 3 A 5 Meses
Yogurt	Empacado 1 A 2 Semanas	2 Meses
Cereal	Empacado De 1 A 3 Meses	No Necesita
Pollo	1 A 2 Días	9 A 12 Meses
Snacks	Empacado De 3 A 12 Meses	No Necesita
Salsa Showy	Empacado 2 Meses	De 3 A 6 Meses

Fuente: Elaboración propia

Los desayunos que Divino Regalo comercializará inicialmente son los siguientes:

Tabla 29: Opciones de menú



DETALLE 1 Desayuno económico **\$45.000 pesos**

Sándwich pan tajado con jamón, queso lechuga y tomate - Jugo natural de naranja - Granola o cereal a gusto del cliente en yogurt - Porción de fruta (papaya-melón-kiwi-fresa) - Snacks (trufas de chocolate-barquillos-golosinas variadas) - Decoración con globo nequeñon alusivo a la ocasión caia



DETALLE 2 Desayuno estándar **\$58.000 pesos**

Sándwich de pollo en salsa showy en pan árabe, lechuga, jamón, queso - Jugo natural de naranja - Granola o cereal a gusto del cliente en yogurt - Porción de fruta (papaya-melón-kiwi-fresa) - Snacks (trufas de chocolate-barquillos-golosinas variadas) - Pocillo MUG lleno de chocolates-peluche opcional (puede variar precio) - Decoración con globo metálico grande alusivo a la ocasión. bandeia



DETALLE 3 Onces Sorpresa **\$72.000 pesos**

Sándwich de pollo en salsa showy en pan árabe, lechuga, jamón, queso, - Jugo natural de naranja - Granola con yogurt - Porción de fruta (papaya-melón-kiwi-fresa) - Snacks (chocolates o barquillos - galletas tosh- golosinas variadas) - Pocillo MUG-peluche opcional (puede variar precio) Suculenta o cactus pequeño - Decoración con globo en helio alusivo a la ocasión, bandeia de madera, y accesorios

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Insumos

La materia prima y los suministros hacen referencia a los alimentos, utensilios e insumos que se requieren para la producción de los detalles. En el siguiente cuadro se identificará los insumos que se requieren para la producción, teniendo en cuenta la tabla No. 2 y el análisis de costos variables:

Tabla 30: Insumos

Insumo	Cantidad Para Utilizar	Unidad De Medida	Costo X Unidad	Costo Total
Pan tajado	2	Tajada	\$ 75	\$ 150
Jamón	1	Tajada	\$ 200	\$ 200
Queso	1	Tajada	\$ 250	\$ 250
Lechuga	20	Gramos	\$ 5	\$ 100
Tomate	37	Gramos	\$ 5	\$ 200
Pan árabe	1	Unidad	\$ 750	\$ 750
Salsa showy	33	Gramos	\$ 11	\$ 350
Pollo	150	Gramos	\$ 12	\$ 1.800
Naranja	250	Gramos	\$ 3	\$ 750
Vaso con tapa 12 onz	1	Unidad	\$ 300	\$ 300
Yogurt	250	Mililitros	\$ 5	\$ 1.200
Cereal	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Kiwi	125	Gramos	\$ 4	\$ 450
Melón	125	Gramos	\$ 2	\$ 250
Fresa	125	Gramos	\$ 4	\$ 500
Recipiente en acetato	1	Unidad	\$ 500	\$ 500
Caja de cartón mediana	1	Unidad	\$ 3.350	\$ 3.350
Globo pequeño metalizado	1	Unidad	\$ 1.500	\$ 1.500
Caja de cartón grande	1	Unidad	\$ 4.350	\$ 4.350
Globo grande metalizado	1	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000
Chocolates	2	Unidad	\$ 100	\$ 200
Barquillos	2	Unidad	\$ 350	\$ 700
Golosinas variadas	7	Unidad	\$ 25	\$ 175
Mug con chocolate o Peluche	1	Unidad	\$ 5.200	\$ 5.200
Bandeja de madera	1	Unidad	\$ 6.250	\$ 6.250
Globo en helio	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Mantel de tela	1	Unidad	\$ 1.250	\$ 1.250
Galleta tosh	1	Unidad	\$ 650	\$ 650

FUCS				
Suculenta o cactus	1	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Proveedores

Los proveedores son elegidos de manera detallada y buscando los mejores precios y con excelente calidad, y que de esto depende el éxito en gran parte de la empresa. En Divino Regalo se busca que en esta elección el cliente sea lo más importante y que las empresas que proveen la mercancía brinden calidad óptima y tengan un buen reconocimiento en el mercado; con esto garantizar que la relación con los proveedores sea lo óptimo posible.

Tabla 31: Proveedores

ESTABLECIMIENTO	PRODUCTO	DIRECCIÓN
Surtifruver Las Américas	Frutas Y Verduras Productos Avícolas	Cl. 8 Sur 56-89-Carvajal Ii
Gasparin	Piñatería Decoración Para Fiestas Accesorios Para Decoración.	Centro Comercial Latino – San Victorino
Distribuidora Plinios	Peluches Mug Decorativos Accesorios Para Decoración Papelería Detalles En General	Centro Comercial Pax-San Victorino
Distribuidora Big	Peluches Importados Tipo Americano Papelería Accesorios Para Decoración Detalles En General	Pasaje Rivas- San Victorino
Empaques & Empaques	Cajas Para Detalles Sorpresa Envolturas Para Regalos Telas Para Decoración Flores Artificiales Accesorios Para Detalles Sorpresa	Centro Comercial Pax-San Victorino
Plaza De Mercado Abastos Y Paloquemado	Frutas Y Verduras Aliños Y Salsas	Central De Abastos- Av. Américas Y Av. 19

	Pollo, Jamón, Queso Plantas Naturales Flores Naturales Accesorios Para Plantas	
D1 Y Justo Y Bueno	Salsas Jamón Y Queso En Tajadas Snacks Servilletas Empaques Plásticos Accesorios De Aseo Y Limpieza	Almacenes De Cadena Barrio Carvajal Ii
Plásticos Manuelita	Recipientes Plásticos Para Empaques De Los Desayunos Servilletas Bolsas Plásticas Accesorios De Aseo	Cl. 22 Sur 70-56 Carvajal Ii

Fuente: Elaboración propia.

Los proveedores son escogidos de manera minuciosa. Se busca siempre excelente calidad y muy buenos precios para lograr llevar a los clientes productos de alta calidad de acuerdo con sus requerimientos.

2.3.4. Servicios sustitutos

Según Foromarketing (2019) “Se habla de un o servicio sustituto cuando este suple las mismas necesidades y esto puede obedecer a una mejora en la calidad del producto, mayor disponibilidad del producto” (p. 5). En el caso de Divino Regalo se realiza la revisión de algunos sustitutos que se encuentra en el mercado y después de analizar el comportamiento de los consumidores a la hora de comprar obsequios, se encuentra que esta compra es bien estacional y está altamente influenciada por las emociones, las personas buscan sorprender a sus seres queridos con artículos que los identifiquen y dejen huella; las categorías de productos que se identificaron como las más adquiridas a la hora de comprar un regalo son:

- Arreglos florales

Este detalle no pasará de moda y no tiene límite de edad; por eso es uno de los productos que más genera competencia a la hora de la elección de un detalle, en su mayoría, para el género femenino.

- Invitación a Restaurante

Son muchos los motivos para visitar un restaurante en compañía y entre estos para festejar y compartir sin importar la edad.

- Cosméticos y productos de belleza

Esta es una necesidad emocional que incita al comprador hacerlo por motivos de vanidad o para sentirse mejor con su físico y es un buen detalle sin importar el género.

- Libros

Esta es una opción para regalar sin importar edad ni parentesco, además de ser económica.

- Bisutería y joyería

Este obsequio significa compromiso y admiración y es por esto que es muy común que sea una opción entre parejas, lo que lo hace ser una buena sorpresa, independiente de su precio.

- Artículos de uso personal

Con esto el consumidor busca sorprender con un detalle personal y para ello debe saber de antemano los gustos de ese ser especial a quien desea sorprender sin importar la edad.

- Bares y Discotecas

Este es un plan de diversión muy común pues en este plan en la mayoría de los casos ofrecen bebidas con licor, y esto es muy llamativo para celebrar cualquier ocasión.

Se Puede concluir de los productos sustitutos pueden llegar hacer una amenaza para el negocio, y por esto se debe conocer a profundidad que busca el consumidor y con qué detalle desea concluir su celebración o que desea obsequiar. De igual forma se debes ser conscientes que el poder adquisitivo de todos los sustitutos es variable y es por esto que debe utilizar con precios llamativos y con detalles innovadores que salgan de la rutina para que el consumidor termine eligiendo esta idea de negocio como su primera y única opción.

2.3.5. Competencia

En términos de competencia directa se cuenta con: páginas de internet que ofrecen también regalos tradicionales como peluches, flores, chocolates, perfumes y tortas con opciones de envío y diferentes medios de pago. En su mayoría estas empresas cuentan con una amplia capacidad de respuesta al cliente pues llevan largos años en el mercado lo que las hace de respuesta inmediata.

No obstante, en su mayoría los precios son mucho más altos y los detalles en su mayoría no son personalizados como si se hace en este plan de empresa Divino Regalo.

Frente a la competencia indirecta se tiene al retail, los centros comerciales, las tiendas especializadas, las grandes superficies entre otros; debido a que los colombianos tienen como

hábito buscar un regalo especial y muchas veces con poco tiempo, pero con la convicción que las compras en establecimientos físicos son más fáciles. Este fenómeno responde a que los clientes prefieren ver, tocar y sentir los productos y también a la percepción de que en las compras de manera virtual pueden ser estafados. Por este motivo también Divino Regalo cuenta con una tienda física que puede ser visitada por los clientes.

Las siguientes empresas son la competencia más directa en cuanto a precios y tiempos de respuesta:

- **Desayunos en Bogotá:**

Esta empresa se encuentra operando hace 5 años en el mercado. Sus productos en oferta constan de desayunos, frutty detalles y detalles sorpresas.

Precios: Esta compañía maneja precios un poco elevados en comparación con los de Divino Regalo, ya que el Desayuno más económico cuesta \$60.000 hasta de \$280.000

Productos: Estos son muy limitados ya que tienen un estándar en el producto que ofrecen, la Decoración es similar a la que se realiza en Divino Regalo.

Medios de pago: Esta empresa tiene diversas formas de pago como es en efectivo mediante giros en diferentes plataformas, también on line a través de diferentes plataformas, consignación o transferencia con Bancolombia, y giros internacionales con Western Unión.

- **Desayunos y Sorpresas a Domicilio:**

Esta empresa ofrece desayunos y regalos sorpresas desde hace 7 años aproximadamente con una operatividad bastante alta que los hace fuertes en el mercado.

Precios: Esta empresa cuenta con productos desde \$48.000 hasta de \$140.000

Productos: esta empresa de igual manera tiene un estándar en los productos que ofrece, la decoración más formal y sencilla en comparación con Divino regalo.

Medios de pago: Desayunos y sorpresas a domicilio tiene Diferentes formas de pago, mediante Consignaciones bancarias con los bancos Davivienda y Bancolombia y giros en diferentes plataformas.

- **Regalos que hablan.com:**

Esta empresa Ofrece diversos tipos de desayunos a domicilio y cuenta con varias opciones según para la persona que se dirija el detalle tal y como lo es para mujeres, para hombres, para niños, para novio (a), esposo (a), para amigas o para los jefes además tienen alianzas comerciales para los detalles.

Precios: los precios que ofrece esta empresa oscilan entre los 35.000 y los 137.000.

Productos: Esta empresa presenta diversas opciones de detalles, pero es posible elegir los productos que uno desee incluir o excluir del detalle, su decoración es más sencilla y puede incrementar costos dependiendo el lugar de entrega.

Medios de pagos: los medios de pagos que ofrece esta empresa son Tarjeta Crédito, PSE, Transferencia bancaria a Bancolombia, Davivienda, Banco de Bogotá, Baloto, Western Unión y todos los medios ofrecidos por Payu.

- **Happy Sunday Desayunos:** En esta empresa se logra encontrar detalles sorpresa que presentan diversas opciones, pero con esta es posible armar la sorpresa.

Precios: Estos detalles tienen una variación de precios ya que es posible armar los detalles, pero esto encuentra entre los \$56.000 y \$ 149.000

Productos: Los productos son variados, Caseros, Con tiques de elegancia en sus decoraciones.

Medios de pagos: Las formas de pagos que ofrecen es tarjeta de crédito, PSE, Bancolombia efecty o paga todo.

2.3.6. Análisis de la competencia

Inicialmente se realiza una búsqueda y revisión de la competencia más real evidenciando cuales de ellas tienen productos y precios similares, además que los tiempos de respuesta en la mayoría de las compañías son muy similares.

Se analiza que en casi todo el costo de envío es adicional y esto hace que el precio que ofrecen inicialmente suba considerablemente y esto se lo hacen saber al cliente cuando ya ha tomado la decisión y no puede reversar dicha operación.

La información de los precios y productos se podrán evidenciar en las siguientes tablas del número 4 a la 6 se encontraron comparativos segmentados en cuanto a precios y productos que se ofrecen, la búsqueda se centró en que son compañías dedicadas a ofrecer productos y precios similares se eligen estas cuatro empresas pues son una de las que cuentan con mayor publicidad y de fácil búsqueda en internet y se acercaban a lo que Divino Regalo desea ofrecer.

Se pudo evidenciar igualmente que estas compañías la decoración era mucho más sencilla y menos llamativa, en Divino regalo la decoración es mucho más creativa y colorida pues se

FUCS

busca escuchar al cliente para realizar su detalle personalizándolo y haciendo que este detalle tenga un impacto positivo en la entrega.

Para el cliente es muy importante ser escuchado para saber los gustos de la persona a quien va dirigido el detalle sorpresa

Es por esto que Divino Regalo ofrece personalizar los desayunos casi en su totalidad logrado así una diferenciación de las demás competencias pues muy pocas lo permiten hacer sin que su precio inicial cambie notablemente

Tabla 32: Comparación competencia 1

DETALLE 1					
PRODUCTO	DIVINO REGALO	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2	COMPETENCIA 3	COMPETENCIA 4
Sándwich	X			X	
Jugo natural de naranja	X				X
Cereal o granola en Yogurt	X		X	X	
Porción de fruta	X	X	X	X	
Snack	X	X			X
Decoración con globo pequeño	X		X	X	X
Bandeja	X			X	X
Empaque	X	X	X	X	X
Jugo caja		X	X	X	
Milo		X		X	
Leche			X		
Muffin					X
Papas pringles					X
PRECIO	45,000	52,000	58,000	58,000	56,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Comparación Competencia 2

PRODUCTO	DIVINO REGALO	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2	COMPETENCIA 3	COMPETENCIA 4
Sándwich de pollo en salsa showy en pan artesanal	X			X	
Jugo natural de naranja	X				X
Cereal o granola en Yogurt	X		X	X	
Porción de fruta	X	X	X	X	
Snack	X	X			X
Decoración con globo metálico Grande o en helio	X		X	X	X
Pocillo mug lleno de chocolates-peluche opcional	X		X	X	
Bandeja de madera	X			X	X
Empaque	X	X	X	X	X
Jugo caja		X	X	X	
Milo		X		X	
Leche			X		
Muffin					X
Papas pringles					X
PRECIO	58,000	55,000	68,000	62,000	70,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34: Comparación Competencia 3

PRODUCTO	DIVINO REGALO	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2	COMPETENCIA 3	COMPETENCIA 4
Sándwich de pollo en salsa showy en pan artesanal	X			X	
Jugo natural de naranja	X				X

FUCS

Cereal o granola en Yogurt	X		X	X	
Porción de fruta	X	X	X	X	
Snack	X	X			X
Decoración con globo metálico Grande o en helio	X		X	X	X
Pocillo mug lleno de chocolates-peluche opcional	X		X	X	
Bandeja de madera	X			X	X
Empaque	X	X	X	X	X
Jugo caja		X	X	X	
Milo		X		X	
Leche			X		
Muffin					X
Papas pringles					X
PRECIO	72,000	78,000	68,000	70,000	82,000

Fuente: Elaboración Propia

En las anteriores tablas del número 3 al 5, Se puede evidenciar la variación de precios y productos versus los de Divino Regalo, se evidencia que con precios considerablemente altos ofrecen menos cantidad de productos o en algunos una decoración mucho más sencilla y menos elaborada como en comparación a Divino Regalo, la mayoría de compañías se encargan de envíos masivos pues por su antigüedad esto les hace tener una respuesta más inmediata al cliente, Divino Regalo busca acercarse más a la realidad y tendencias de lo que el cliente quiere con precios más asequibles y una decoración más llamativa para dar alegría al cliente final que recibe su detalle sorpresa.

2.3.7. Canales de distribución o comercialización

La manera en que Divino Regalo ofrecerá sus productos y comercializará sus servicios a los clientes será la siguiente:

Los canales de comercialización serán virtuales y físicos de la siguiente manera:

Instagram:

Teniendo en cuenta el principal uso de esta red social, la estrategia de promoción y ventas estará basada en subir imágenes de los productos; de igual manera se subirán videos y fotos de clientes satisfechos. Se podrán recibir pedidos a través de mensaje directo dentro de esta red social. Finalmente se establecerá una pauta mensual de acuerdo al segmento de mercado previamente establecido.

Facebook:

Para Facebook se usará una estrategia con contenido diverso (infografías, datos curiosos sobre fechas especiales, historia de la compañía, videos de la producción, etc.); la estrategia de promoción y ventas estará basada en que el cliente se familiarice con la empresa y con la marca, la siga y la comparta. Se podrán recibir pedidos a través de Messenger. Para esta red social también se establece una pauta mensual de acuerdo con el segmento de mercado previamente establecido.

WhatsApp:

Se utilizará WhatsApp para empresa con el fin de brindar datos de la empresa como redes sociales y ubicación. A través de WhatsApp se espera recibir la mayor parte de los pedidos pues será el medio virtual más directo con el cliente.



FUCS

Línea telefónica:

Se habilitará para aquellos clientes que no usan WhatsApp o prefieren una atención más personalizada.

Tienda física:

Será el canal para aquellos usuarios que no hacen uso de la tecnología. La tienda física también permitirá tener un punto de atención al usuario y una vitrina de ventas para usuarios fuera de las redes sociales funcionando como un complemento a la estrategia virtual.

Entrega del pedido:

Este canal será de suma importancia para el ciclo de distribución, pues aquí se asegurará que el producto llegue a su destino a tiempo y que este aliado de entrega sea clave garantizando cumplimiento y eficiencia.

El servicio pos venta también será importante pues en el momento de facturar los pedidos se pedirá correo electrónico y esto servirá para enviar mensajes masivos con propagandas de la empresa y promociones para que los clientes se animen hacer nuevos pedidos, para esto será clave las fechas especiales como son, amor y amistad, san valentín, días de la madre y el padre, días de la mujer y el hombre, halloween, navidad, día del maestro y demás profesiones, aniversarios, y cumpleaños, entre otros.

Para lograr resultados positivos y por tanto beneficiosos para la empresa, se sabe que estos canales son puntos imprescindibles de contacto con los clientes y por eso que tiene en cuenta las

siguientes cinco fases: la percepción, la evaluación, la compra, la entrega y la posventa, las cuales se encuentran especificadas en Actividades Clave.

¿Qué busca comunicar Divino Regalo?

El plan de empresa está dirigido a personas de todas las edades que buscan facilidad y practicidad en entregar detalles y por esto, se busca facilitar la vida de estos compradores ofreciendo rapidez y sobre todo originalidad en los detalles entregados, impactando de manera diferente y original, para esto Divino Regalo cuenta con una amplia red de proveedores que permiten ofrecer variedad, estilo, diseños innovadores y personalizados esto acompañado de un esquema logístico organizado que busca ofrecer y enviar detalles sorpresa a tiempo y todo ajustado al presupuesto de los clientes.

Divino Regalo será reconocido por su diseño, originalidad, frescura, accesibilidad y fácil uso, pues los usuarios podrán ingresar a las redes sociales desde los principales motores de búsqueda y de fácil acceso a solo un clic.

2.3.8. Plan de ventas

Para iniciar la operación se necesita maquinaria y equipo relacionado posteriormente, equipo de oficina para el área administrativa, presupuesto para cumplir con toda la normatividad vigente para el tipo de negocio y un presupuesto adicional para capital de trabajo durante los 10 primeros meses, de acuerdo con las proyecciones de ventas, costos y gastos que se mostrarán más adelante.

A continuación, se relaciona el presupuesto de arranque del proyecto:

Tabla 35: Presupuesto de arranque

Ítem	Valor
Maquinaria y equipo (ollas, utensilios de cocina, etc.)	\$ 3.500.000
Equipo de oficina (computador, silla, impresora)	\$ 1.340.000
Trámites Iniciales (cámara de comercio, sanidad, bomberos)	\$ 1.000.000
Adecuación local	\$ 1.000.000
Capital de trabajo Inicial (10 meses)	\$ 11.000.000
Total	\$ 17.840.000

Fuente: Elaboración propia

Una vez se tenga todo listo se establecen unos parámetros para la proyección de ventas.

Teniendo en cuenta el precio se establece un porcentaje de participación de ventas pro-producto de la siguiente manera:

Tabla 36: Ventas en porcentaje

	% ventas
Detalle 1	60%
Detalle 2	30%
Detalle 3	10%

Fuente: Elaboración propia

De igual manera teniendo en cuenta el costo de insumos para cada ítem, relacionado previamente, se establecen los precios de venta y porcentajes de utilidad para cada producto:

Tabla 37: Utilidad

	Costo total insumos	Costo de entrega	Costo total	Precio de Venta	Margen de Utilidad	% de utilidad
Detalle 1	\$ 11,525	\$ 6,500	\$ 18,025	\$ 45,000	\$ 26,975	60%
Detalle 2	\$ 16,575	\$ 6,500	\$ 23,075	\$ 58,000	\$ 34,925	60%
Detalle 3	\$ 22,200	\$ 6,500	\$ 28,700	\$ 72,000	\$ 43,300	60%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Estimado en ventas

VENTAS MENSUALES ESTIMADAS (UNIDADES)												
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Detalle 1	36	39	42	45	48	51	54	57	60	66	72	84
Detalle 2	18	19.5	21	22.5	24	25.5	27	28.5	30	33	36	42
Detalle 3	6	6.5	7	7.5	8	8.5	9	9.5	10	11	12	14
Total	60	65	70	75	80	85	90	95	100	110	120	140
VENTAS MENSUALES ESTIMADAS (DINERO)												
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Detalle 1	\$ 1,620,000	\$ 1,755,000	\$ 1,890,000	\$ 2,025,000	\$ 2,160,000	\$ 2,295,000	\$ 2,430,000	\$ 2,565,000	\$ 2,700,000	\$ 2,970,000	\$ 3,240,000	\$ 3,780,000
Detalle 2	\$ 1,044,000	\$ 1,131,000	\$ 1,218,000	\$ 1,305,000	\$ 1,392,000	\$ 1,479,000	\$ 1,566,000	\$ 1,653,000	\$ 1,740,000	\$ 1,914,000	\$ 2,088,000	\$ 2,436,000
Detalle 3	\$ 432,000	\$ 468,000	\$ 504,000	\$ 540,000	\$ 576,000	\$ 612,000	\$ 648,000	\$ 684,000	\$ 720,000	\$ 792,000	\$ 864,000	\$ 1,008,000
Total	\$ 3,096,000	\$ 3,354,000	\$ 3,612,000	\$ 3,870,000	\$ 4,128,000	\$ 4,386,000	\$ 4,644,000	\$ 4,902,000	\$ 5,160,000	\$ 5,676,000	\$ 6,192,000	\$ 7,224,000

Fuente: Elaboración propia

Así se establece un estimado de ventas de acuerdo con la participación estimada por producto: Teniendo en cuenta este nivel de ventas se establece el siguiente presupuesto de costos y gastos mensuales:

Tabla 39: Proyección Gastos Mensuales

COSTOS MENSUALES ESTIMADOS (DINERO)												
COSTOS VARIABLES	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Detalle 1	\$ 648,900	\$ 702,975	\$ 757,050	\$ 811,125	\$ 865,200	\$ 919,275	\$ 973,350	\$ 1,027,425	\$ 1,081,500	\$ 1,189,650	\$ 1,297,800	\$ 1,514,100
Detalle 2	\$ 415,350	\$ 449,963	\$ 484,575	\$ 519,188	\$ 553,800	\$ 588,413	\$ 623,025	\$ 657,638	\$ 692,250	\$ 761,475	\$ 830,700	\$ 969,150
Detalle 3	\$ 172,200	\$ 186,550	\$ 200,900	\$ 215,250	\$ 229,600	\$ 243,950	\$ 258,300	\$ 272,650	\$ 287,000	\$ 315,700	\$ 344,400	\$ 401,800
COSTOS FIJOS												
Nómina	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000
Pauta digital	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Gastos administrativos	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000	\$ 967,000
Total	\$ 4,903,450	\$ 5,006,488	\$ 5,109,525	\$ 5,212,563	\$ 5,315,600	\$ 5,418,638	\$ 5,521,675	\$ 5,624,713	\$ 5,727,750	\$ 5,933,825	\$ 6,139,900	\$ 6,552,050
UTILIDAD	-\$ 1,807,450	-\$ 1,652,488	-\$ 1,497,525	-\$ 1,342,563	-\$ 1,187,600	-\$ 1,032,638	-\$ 877,675	-\$ 722,713	-\$ 567,750	-\$ 257,825	\$ 52,100	\$ 671,950

Fuente: Elaboración propia

Se calcula el punto de equilibrio como el número de unidades en que los gastos y los costos igualan a los ingresos, por tal razón al vender 105 unidades se alcanza el punto de equilibrio.

Tabla 40: Punto de Equilibrio

Punto De Equilibrio	
Costos Fijos	\$ 3.667.000
Costos Variables (Promedio)	\$ 23.267
Precio De Venta (Promedio)	\$ 58.333
Punto De Equilibrio Cantidades	105
Punto De Equilibrio En Ventas	\$ 6.100.048

Fuente: Elaboración propia

Para lograr este nivel de ventas se determina una serie de acciones que permitirán alcanzar las metas mensuales:

- Pauta en redes sociales
- Material Publicitario en punto de venta
- Descuentos especiales por introducción del servicio en el mercado
- Descuentos por referidos o recomendados: cuando una persona refiera a otra recibirá descuentos en el próximo pedido.
- Descuentos para el sector empresarial que refiera los servicios a otras.
- Promociones en fechas especiales y para clientes recurrente

Logo Divino Regalo

Figura 3: Logo



Fuente: Elaboración propia

Se busca que el diseño sea colorido pues la compañía denota eso en cada detalle que se entrega, impactando así al cliente, dándole sensación de felicidad y sofisticación. Las imágenes que se utiliza del peluche saliendo de la caja de regalo y las bombas hacen referencia la razón social que es lo más importante, pues se busca que al visualizar el logo y nombre el cliente se dé una idea lo más acertada posible de que se ofrece en la empresa.

Colores del logo

- **Amarillo:** Representa felicidad en la gama de colores, es luminoso y muy visible pues representa la luz del sol y con esto se busca captar la atención de los clientes para crear una sensación de calidez y armonía.
- **Violeta:** Denota elegancia pues es un color cálido y frío, se aspira que el nombre tenga un toque de sofisticación y distinción en comparación con la competencia.

3. Direccionamiento Estratégico

3.1. Valor

El mayor valor en Divino Regalo es la personalización de los detalles. Con esto se busca un contacto más cercano con el cliente creando así una diferenciación de la competencia. La personalización no solo ayuda a incrementar las ventas, sino que también favorece fidelización y recomendación por parte de los clientes satisfechos. Además de la asequibilidad en los precios de todos los productos de Divino Regalo distinguiéndose así en el mercado. Buscando siempre la satisfacción de los compradores y del cliente final que es quien reciben el detalle sorpresa.

3.2 Misión

Divino Regalo ofrece una amplia gama de detalles sorpresa para dar alegría a quien los recibe y satisfacción a quien los obsequia. Adicionalmente ofrece asesoría y personalización en la selección de su regalo buscando facilitar la vida al comprador, encargándose de entregarlo en su nombre, supliendo la satisfacción de su necesidad.

3.3. Visión

Ser para 2025 una empresa reconocida dentro del sector de regalos y detalles a nivel regional, caracterizándose por el cumplimiento y precios asequibles, brindando a los clientes la mejor experiencia de personalización para sus regalos.

3.4. Tipo de empresa

Sector: Comercial

Descripción: Divino Regalo es una empresa de detalles sorpresa régimen simplificado ubicada en la ciudad de Bogotá como sede principal.

Tamaño: Microempresa

Naturaleza jurídica: Sociedad Anónima Simplificada (SAS)

Capital: Privado

Composición accionaria: Dos accionistas con participaciones igualitarias.

Divino regalo se definirá como una SAS, debido a la facilidad del proceso dentro de la creación de empresas. Para tal motivo se debe crear un acta de constitución y autenticarla en notaria, adicionalmente se debe solicitar el pre RUT para luego radicar en Cámara de Comercio de Bogotá. Una vez se tenga este documento se procede a abrir una cuenta de ahorros a nombre de la empresa y a solicitar el RUT ante la DIAN.

La empresa es responsable de recaudo del Valor Agregado a las Ventas (IVA). Por esto, se deberá realizar el pago de tal impuesto 3 veces al año y se realizará también el pago de retención en la fuente y el de ICA.

Reglamentación adicional:

Según el Decreto 1879 de 2008 que habla sobre los requisitos de carácter obligatorio sobre la matrícula mercantil vigente se afirma que:

“El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades. La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento,

diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RÚES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de Cámara de Comercio, CADE o Supercade o a través de la página web de la Cámara correspondiente.” (p.10).

Según la Cámara de Comercio de Bogotá 2019, identificando el concepto sanitario se afirma que:

“Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos (...) En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude *específicamente* en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

Es así como los establecimientos deben garantizar el cumplimiento de las leyes ya mencionadas y otras a las que haya lugar. Muestra de dicha garantía se logra a través de la obtención del Concepto sanitario, el cual es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada la solicitud y realizada la auditoría

de inspección, vigilancia y control del establecimiento (...) La autoridad sanitaria encargada de emitir el concepto sanitario para los establecimientos que realizan expendio de alimentos es la Secretaría Distrital de Salud o sus entes territoriales.” (P.8).

De igual forma según la Alcaldía Mayor de Bogotá y el Cuerpo Oficial de Bomberos el Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios afirma:

“Este es expedido por el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios. Visitas de inspección. A través de esta ruta se podrá encontrar los puntos de atención y los trámites a realizar para obtener el concepto en referencia (...) Para la visita de bomberos se debe acudir al CADE más cercano y solicitar la cita que se dará en un plazo máximo de 30 días y el valor es de \$55.300 este valor es anual y la aprobación de bomberos se dará en un plazo máximo de 45 días después de la visita.” (p.3).

Para finalizar de identifica el certificado de manipulación de alimentos que según la Cámara de Comercio de Bogotá (2019):

“Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.” (p.2).

Conclusiones

Divino Regalo nace como una idea de emprendimiento con énfasis en la satisfacción del cliente, la personalización y los precios cómodos con el fin de brindar la mejor experiencia al usuario, en un mercado con competencia creciente y con una demanda de productos que satisfagan expectativas y necesidades que, a su vez, supere el aspecto material del obsequio. Un regalo o un detalle, bien puede convertirse en una agradable experiencia, si se liga a un momento, una sensación, un gusto. Es así que, para lograr llegar a los clientes correctos de manera simple y económica se aprovechan las redes sociales como medio de mercadeo y ventas, o cual se fortalece con una tienda física, permitiendo con ello brindar una gama de atención más amplia, personalizada, abarcando desde personas que no están tan familiarizadas con los medios digitales como para quienes ven en estos su mejor forma de comunicación.

El desarrollo de este proyecto permitió identificar un mercado potencial teniendo en cuenta que gran parte del público objetivo es susceptible de impactarse por la publicidad y el uso de las redes sociales, como pilares importantes de la empresa. Es por ello que se decidió reinventar la forma de vender e ir un paso adelante para llegar de manera más certera a los posibles compradores, entendiendo que, aunque existen competencias directas, aún se presenta una demanda potencial amplia.

Para llegar a tales conclusiones se debieron realizar varios estudios, siendo uno de estos el de tipo técnico. Los productos de éste permitieron diseñar y proponer el modelo de la empresa al tiempo que se formuló el listado de lo que ha de ser el inventario de activos fijos

en el proyecto. En este aspecto se analizaron los medios necesarios para el adecuado funcionamiento, la forma de organización de los procesos productivos, la distribución, y el alistamiento con el fin de evitar reprocesos y demoras en el despacho para la entrega final.

Logrados los objetivos previos, fue viable plantear las estrategias para Divino Regalo, las cuales se basan en personal idóneo, capacitado, con actitud de servicio y comprometido, lo cual contribuye a crear una experiencia inolvidable en función del cliente. Este es el punto de partida para alcanzar el propósito de hacer evolucionar las ventas según los direccionamientos, gestionando de forma eficiente las inversiones y el uso de la infraestructura de tal manera que la productividad y la competitividad sean alcanzables.

Para iniciar la operación Divino Regalo se necesita una inversión inicial de \$17.840.000 que incluyen Maquinaria y equipo y capital de trabajo para los primeros 10 meses, equipo de oficina para el área administrativa, presupuesto para cumplir con toda la normatividad vigente para nuestro tipo de negocio y un presupuesto adicional para Capital de trabajo durante los 5 primeros meses de acuerdo a las proyecciones de ventas, costos y gastos que se espera sean recuperados con las ventas y posicionamiento de nuestra marca.

Bajo el direccionamiento estratégico se permite iniciar la operación de la empresa, constituida como una SAS, dada la facilidad que implican estas sociedades para todo tipo de trámites. Esto significa una operación formal y acorde con las normas de manera que se asume la responsabilidad tributaria de impuestos como el IVA, el ICA y la retención en la fuente, exigiendo esto disponer de un profesional en contaduría, a cargo de los impuestos y la gestión financiera.

Finalmente, dados los resultados del estudio financiero, se identifica un negocio que genera utilidades crecientes con lo que se logra la recuperación de la inversión inicial en un plazo inferior a cuatro años. Esto se propone al estimar un crecimiento promedio de 15% en las ventas lo cual supone utilidades de hasta 60%.

Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá (2019). Cuerpo Oficial De Bomberos De Bogotá. Recuperado de: www.bomberosbogota.gov.co
- CCB. (2019). Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/>
- CCB. (2019). Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/>
- CCB. (01 de 01 de 2020). RUES. Obtenido de RUES: <https://www.rues.org.co/>
- Desayunos en Bogotá. (2019). Desayunos en Bogotá. Recuperado de: <https://desayunosenbogota.com/>
- Desayunos y sorpresas a Domicilio. (2019). Desayunos y sorpresas a Domicilio. Recuperado de: <http://desayunosysorpresasbogota.com/index.php/quienes-somos>
- FMK. (2019). FMK. Recuperado de: <https://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/>
- Happy Sunday Desayunos. (2019). Happy Sunday Desayunos. Recuperado de: https://happysundaydesayunos.com/?gclid=EAIaIQobChMIpcSwm4zv5QIVD2KGCh121gVQEAAYASAAEgKRq_D_BwE
- Increnta, B. (2019). Sorpresas y detalles. Recuperado de :<http://increnta.com/es/blog/kpi-fidelizacion-de-clientes/>
- Regalos a Domicilio Bogotá. (2019). Regalos a Domicilio Bogotá. Recuperado de: Regalos a Domicilio Bogotá